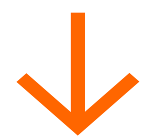




Die Migros stärkt das Kerngeschäft und sucht für Hot...

Die Migros stärkt das Kerngeschäft und sucht für Hotelplan und Mibelle neue Eigentümer



Die Migros-Gruppe will die Attraktivität ihres Kerngeschäfts für die

Kundinnen und Kunden steigern und fokussiert sich zudem gezielt auf jene Geschäftsfelder, in denen sie auch in Zukunft erfolgreich sein kann. Die Detailhändlerin wird in den kommenden fünf Jahren für ihre Kundinnen und Kunden über acht Milliarden Franken investieren, unter anderem in günstigere Preise und neue Ladenkonzepte. Gleichzeitig wird sich die Migros von Unternehmen trennen, die nicht mehr zur Gruppenstrategie passen. Für Hotelplan und Mibelle sucht sie deshalb geeignete neue Eigentümer. Zukunftsgerichtete Lösungen strebt die Migros ausserdem für ihre Fachmärkte an. Für die Kundinnen und Kunden und Geschäftspartner ändern die Verkaufsprozesse nichts. Sämtliche Geschäfte laufen wie bisher zuverlässig weiter.

Datum 02.02.2024

Format Medienmitteilung

Mit der 2021 verabschiedeten Gruppenstrategie entschied die Migros, in Zukunft konsequent auf die Geschäftsfelder Detailhandel (Lebensmittel und «Non Food»), Finanzdienstleistungen (Migros Bank) und Gesundheit (Medbase-Gruppe) zu setzen. Mit der Konzentration auf das Kerngeschäft will die Migros ihre Position als Nummer 1 im Schweizer Detailhandel festigen. Sie will im Detailhandel ihre Kundinnen und Kunden mit attraktiven Preisen, Top-Qualität und gutem Service sowie vielseitigen Sortimenten für jedes Budget überzeugen. So plant die Migros, in den kommenden fünf Jahren rund acht Milliarden Franken in den Werkplatz Schweiz und darüber hinaus in günstigere Preise für die Kundinnen und Kunden zu investieren. Im Zentrum stehen dabei nebst Investitionen in die Migros-Supermärkte die Einführung eines neuen Ladenkonzepts für Denner, eine effektivere und erweiterte Logistik von Denner und Digitec Galaxus, der Ausbau des Online-Geschäfts sowie kundenfokussierte, profitable Produktionsbetriebe in der eigenen Migros Industrie.

Im Zuge der strategischen Fokussierung wurde das Portfolio der Migros-Gruppe durchleuchtet. Dabei hat sich gezeigt, dass die Migros mit Blick auf die Zukunft nicht mehr in

jedem Fall die geeignete Eigentümerin ist und einzelne Tochterfirmen ausserhalb der Migros bessere Erfolgsaussichten haben werden. In der Folge hat die Verwaltung des Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB) am Donnerstag (1. Februar 2024) entschieden, für Hotelplan Group und Mibelle Group einen Verkaufsprozess zu starten. «Die erfolgreiche Zukunft dieser Unternehmen liegt uns sehr am Herzen. Weil die Migros aufgrund der strategischen Fokussierung nicht mehr die ideale Eigentümerin ist, will sie sorgfältig geeignete Käufer suchen. Wir suchen gezielt neue Eigentümer, die über eine starke Basis verfügen, um die Unternehmen erfolgreich weiterzubringen», erklärt Mario Irminger, Präsident der Generaldirektion des MGB.

Die Tätigkeiten dieser Unternehmen laufen wie bisher weiter. Für die Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartner ändert sich nichts. Sämtliche Geschäfte und Marken laufen zuverlässig weiter. Das garantiert die Migros.

Hotelplan Group: Grösse ist ausschlaggebend im Reisegeschäft
Das Reisegeschäft hat sich hin zu sehr grossen internationalen oder spezialisierten Reiseunternehmen verschoben, bei denen die Grösse ausschlaggebend ist. Die Hotelplan Group ist das grösste Reiseunternehmen in der Schweiz, global gesehen aber vergleichsweise klein, Synergien zum Kerngeschäft der Migros-Gruppe sind limitiert. Auch Gottlieb Duttweilers Mission von 1935, nämlich «der bedrängten Schweizer Hotellerie zu helfen und gleichzeitig dem kleinen Mann Ferien zu ermöglichen», wird inzwischen durch viele Anbieter gut erfüllt. Nachdem der Reisekonzern die Pandemie genutzt hatte, um sich noch erfolgreicher aufzustellen, erzielte Hotelplan Group 2022 und 2023 Rekordresultate. Die Migros sieht für das Unternehmen jedoch noch grössere Entwicklungschancen bei einem neuen Eigentümer.

Mibelle Group: Immer mehr internationales Geschäft
Die Unternehmen der Mibelle Group, welche im Bereich Personal Care & Beauty, Home Care und Nutrition tätig sind, sind international sehr erfolgreich. Das Auslandgeschäft macht mittlerweile ca. 70 Prozent des Umsatzes aus. Zum Kerngeschäft der Migros in der Schweiz besteht zunehmend wenig Bezug. Für die Migros-Supermärkte werden zwar ebenfalls etliche Produkte hergestellt. Dies jedoch – verglichen mit dem weltweiten Absatz – nur in kleiner Stückzahl. Mibelle ist aus der Migros und über sie hinausgewachsen, weshalb heute weniger Gemeinsamkeiten und Synergien bestehen. Deshalb erachtet die Migros die Entwicklungschancen bei einer neuen Eigentümerschaft als grösser. Die beliebten Migros-Eigenmarken wie die «I am»-Pflegeprodukte oder das Spülmittel «Handy» wird es auch in Zukunft bei der Migros zu kaufen geben, hergestellt durch die Mibelle unter neuer Eigentümerschaft oder durch Drittlieferanten.

Fachmärkte Bike World, Do it + Garden, Melectronics, Micasa, OBI, SportX unter Druck
Mit dem weiter stark wachsenden Online-Handel sind die Umsätze der stationären Geschäfte im «Non-Food»-Bereich zunehmend unter Druck geraten. Die Corona-Pandemie hat diese Entwicklung zusätzlich stark beschleunigt. Der Verwaltungsrat der Migros Fachmarkt AG hat nach eingehender Analyse entschieden, für die Fachmärkte SportX und Melectronics Verkaufsprozesse zu starten, um besser geeignete Eigentümerschaften ausserhalb der Migros-Gruppe zu suchen. Die restlichen vier Formate werden einer eingehenden Überprüfung unterzogen. Die derzeitige Struktur mit mehreren Betreibern verhindert eine optimale Bearbeitung der jeweiligen Märkte.

Verkaufsprozesse ohne Auswirkungen auf die Kundschaft
Die Migros wird die Verkaufsprozesse umsichtig und sorgfältig durchführen. Diese werden daher insbesondere bei Hotelplan Group und Mibelle Group längere Zeit in Anspruch nehmen. Für die Kundinnen und Kunden ändert sich in dieser Zeit nichts, die Geschäfte werden normal weitergeführt und durch die Migros garantiert. Auch für die Mitarbeitenden der betroffenen Unternehmen sind während des Verkaufsprozesses keine wesentlichen Änderungen zu erwarten.

Abbau von bis zu 1500 Stellen: Unterstützung für betroffene Mitarbeitende
Durch die strategische Fokussierung der Migros-Gruppe wird leider ein Abbau von bis zu 1500 Vollzeitstellen unvermeidlich sein. Entsprechende Entscheidungen erfolgen vorbehältlich der gesetzlich vorgeschriebenen, vorgängigen Konsultation der Arbeitnehmendenvertretungen. Die Migros wird ihre Verantwortung als soziale Arbeitgeberin wahrnehmen und alles daransetzen, um Kündigungen möglichst zu vermeiden und betroffene Mitarbeitende aktiv dabei unterstützen, eine neue Stelle inner- oder ausserhalb der Migros-Gruppe zu finden. Allein in der Migros-Gruppe sind derzeit rund 1400 Stellen offen, Arbeits- und Fachkräfte sind überall sehr gesucht. Ein Teil des Stellenabbaus wird zudem über die natürliche Fluktuation aufgefangen werden können. Bei Bestsmile wird es zu einem Abbau von voraussichtlich 40 Stellen kommen. Um die Marktführerschaft für Zahnkorrekturen in der Schweiz zu halten, hat das Unternehmen eine Restrukturierung geplant, welche die Schliessung von neun Standorten notwendig macht.

Belastung des operativen Ergebnisses von 500 Mio. Franken
Rahmen der laufenden Überprüfung des Portfolios stellte die Migros-Gruppe einen Wertberichtigungsbedarf von rund 500 Mio. Franken fest. Dieser betrifft insbesondere Logistik-Liegenschaften, IT-Projekte und verschiedene weitere Vermögenswerte, die aufgrund veränderter Marktbedingungen einen tieferen Bilanzwert aufweisen und korrigiert werden. Die Wertberichtigungen belasten entsprechend das Unternehmensergeb-

nis des Jahres 2023. Dennoch wird die Migros-Gruppe für das vergangene Geschäftsjahr ein positives Ergebnis ausweisen können.

Die ausführliche Berichterstattung zum Jahresergebnis erfolgt anlässlich der Bilanz-Medienkonferenz des MGB am Dienstag, 26. März 2024.

Die Präsentation zum Mediengespräch finden Sie **hier** ↗.

Kontakte

Medienstelle

Migros-Genossenschafts-Bund



Folge uns

DE FR IT EN

Rechtliches Datenschutz Impressum Credits

Nutze die Migros App für schnelleres Einkaufen